

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра современных образовательных технологий

УТВЕРЖДАЮ Заведующий
кафедрой

_____ И.А. Ковалевич

« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

09.03.03 Прикладная информатика

Создание информационного сетевого ресурса для компании «Здрапринт»

Руководитель _____ к.и.н., доцент О.М. Долидович
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ В.В. Устинов
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Разработка информационного сетевого ресурса для компании «Здравпринт»» содержит 61 страницу текстового документа, 18 использованных источников и 38 изображений.

Цели разработки: создание современного и высокоэффективного информационного сетевого ресурса, с целью повышения известности красноярского отдела компании «Здравпринт», увеличения числа продаж их продукции, а также привлечение новых партнеров.

Объект разработки: сайт красноярского отдела компании «Здравпринт».

Для достижения поставленной цели был рассмотрен краткий теоретический материал по созданию web – приложений. Из теории удалось почерпнуть основную часть информации, которая необходима для общего представления о разработке web – ресурса. Так же в теории рассматриваются актуальность разработки сайта организации, описаны требования к контенту и описаны функции сайта в организации.

Для разработки информационного сетевого ресурса было использовано программное обеспечение CMS Joomla и локальный сервер Denwer. Так же было изучено техническое задание к сайту. В готовом виде сайт представляет собой 4 web – страницы: главная страница, раздел для потребителей, раздел для врачей и раздел для партнеров.

Содержание

Введение	3
1. Информационный сетевой ресурс медицинской организации как средство коммуникации с клиентами	5
1.1 Термин «информационный сетевой ресурс».....	5
1.2 Функции сайта организации.....	6
1.3 Общие характеристики web – сайта.....	8
1.4 Роль web – ресурса в медицинских учреждениях.....	10
1.5 Требования к сайту медицинского учреждения.....	13
1.6 Сайт организации как средство коммуникации.....	16
1.7 Этапы разработки web – сайта.....	20
1.8 Техническое задание.....	22
1.9 Терминология сайтостроения.....	23
2. Разработка информационного сетевого ресурса для компании «Здравпринт».....	26
2.1 Направления деятельности компании «Здравпринт».....	26
2.2 Техническое задание сайта «Здравпринт».....	30
2.3 Выбор платформы web – сайта CMSJoomla.....	32
2.4 Установка и настройка виртуального сервера Denwer.....	35
2.5 Установка и подготовка к работе CMSJoomla.....	39
2.6 Структура web – сайта.....	43
Заключение.....	55
Список использованных источников.....	56

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время во многих сферах человеческой жизнедеятельности используются информационные ресурсы всемирной сети интернет. Разработка и создание подобных порталов является важнейшим и наиболее актуальным мероприятием, которое позволяют компаниям и организациям достигать поставленных целей. Прекрасно понимая важность этого момента, современные потребители обращаются за помощью к web – мастерам, которые профессионально занимаются разработкой web – приложений.

Если рассмотреть вопрос о том насколько эффективно для организации иметь свой собственный сайт, то следует сказать, что практически любой web – ресурс дает множество разных преимуществ. К ним можно отнести возможность быстрой подачи информации как клиентам, так и партнерам по бизнесу возможность проводить эффективные маркетинговые исследования посредством различных онлайн опросов, удобный способ поддержания связи через интернет с компаниями, располагаемыми в других городах и даже странах, обеспечение обратной связи с потребителями и т.д.

Для медицинских учреждений информационный сайт имеет большую роль, он выполняет задачу по ознакомлению пользователей с медицинскими услугами, а также служит средством коммуникации между компанией и посетителями сайта. Так как речь в данном отчете идет об новшестве в сфере медицины, то значимость информационного ресурса удваивается. Теперь он должен не только предоставить услугу компании, но и вызвать интерес к продукту и превратить посетителей сайта в потенциальных клиентов.

Цель работы – разработка информационного сетевого ресурса для красноярского филиала компании «Здравпринт».

Задачи:

1. Проанализировать преимущества использования информационных сетевых ресурсов в медицинских организациях,
2. Ознакомиться с направлениями деятельности компании «Здравпринт»;

3. Рассмотреть техническое задание на сайт красноярского филиала компании «Здравпринт»;
4. Выбрать платформу для web – сайта;
5. Произвести установку и настройки программного обеспечения для разработки сайта;
6. Разработать элементы структуры web – сайта;
7. Создать контент и наполнить сайт.

Глава 1. Информационный сетевой ресурс организации как средство коммуникации с клиентами

1.1 Термин «информационный сетевой ресурс»

Информационный сетевой ресурс представляет собой организованный и многоуровневый web – сайт. В основном взаимодействие компании с потребителями происходит посредством использования сетевых ресурсов (www – WorldWideWeb) компании. Web – сервер компании представляет собой компьютер, имеющий постоянный доступ к всемирной паутине, и использующий специальное программное обеспечение. С помощью этого программного обеспечения реализуется доступ к данным компании для любого пользователя сети Интернет.

Современные сайты крупных компаний в большинстве случаев имеют сложную структуру и навигацию и содержат различные интерактивные сервисы. Но следует учитывать то, что структура, наполнение и сложность сайта зависит от специфики выполняемого типа задачи. Так, например, информационный сайт может выполнять роль хранилища большого количества данных или же наоборот – содержать минимум информации о продукте (реклама товара, услуги).

Перед тем как создать подобный web – ресурс нужно тщательно спланировать, например, каким должен быть дизайн сайта, его меню. После этого следует проанализировать конкурентов, их недостатки и преимущества, чтобы сделать сайт таким, каким бы его хотели видеть пользователи. Проанализировать какая информация интересовала бы их в первую очередь. Дизайн сайта должен соответствовать теме сайта и информации, которая будет размещена на нем.

1.2 Функции сайта организации

Как правило, создание современного сайта для организации является важным моментом. Во – первых, одной из причин создания сайта является повышение имиджа организации. Во – вторых, сайт предоставляет всю необходимую информацию об услугах и товарах компании (информационная функция сайта). В – третьих, сайт осуществляет рекламу продукции компании. В – четвертых, качественный сайт способствует привлечению новых клиентов и покупателей что в свою очередь сказывается на увеличении продаж (коммерческая функция сайта). Целесообразно рассмотреть каждую функцию в отдельности.

Имиджевая функция сайта для большинства фирм главным образом способствует созданию «внешнего вида» в сети интернет. В основном, это фирменный стиль компании, и именно он обусловлен многими факторами, начиная от профессионализма персонала и заканчивая незначительными мелочами. Из вышесказанного можно сделать вывод, что имиджевая функция сайта направлена на привлечение внимания и повышение доверия со стороны посетителей сайта, основную роль в работе этой функции играет стиль ресурса. К таким, например, относятся сайт, который обычно представлен в форме сайта – визитки.

Информационная функция сайта – эта функция отвечает за предоставление полной и качественной информации о товарах и услугах организации. С помощью этой функции потребители имеют возможность найти интересующую их информации, задавать вопросы и получать ответы. Далеко не всегда у управляющего компании есть возможность разъяснить клиенту о продукции и услугах компании.

Таким образом, клиент может самостоятельно изучить информацию о товарах и услугах, размещенную на сайте, для их приобретения в дальнейшем. Используя данный метод предоставления информации менеджеру не придется разъяснять покупателю одно и то же несколько

образ. Сайты предоставленные нам сведения позволяют экономить время и сосредоточиться на продажах товаров и услуг.

Рекламная функция сайта – сегодня все больше компаний покупают интернет-рекламу. Реклама, размещенная в интернете, изрядно отличается от других способов ее опубликования. Еще несколько лет назад, создавая сайт, мы были уверены, что он попадет в десятку сайтов по заданной тематике. Сейчас для этого очень важно на рекламу сайта и продвижение в интернете.

Коммерческая функция сайта – эта функция подразумевает осуществление продаж с самого сайта, к таким сайтам чаще всего относят интернет – магазины. Например, есть у вас мебельный магазин. Увидев рекламу о создании сайтов, вы решили создать свой сайт. Наполнение сайта контентом является лишь половиной дела. Такую информацию пользователи будут просто читать, а компании необходимо продавать продукцию. Для этого нужно разработать каталог продукции и наполнить его собственными видами товаров, и посетители без труда увидят предложенный ему продукт. После чего покупатель звонит по телефону и покупает товар.

1.3 Общие характеристики web – сайта

Сайт – представляет собой набор страниц с контентом в формате HTML, которые располагаются на сервере.

Web – сервер – это компьютер который имеет постоянный доступ к интернету, он отвечает за выполнение сервисных работ без прямого участия человека.

Web – узел представляет собой упорядоченную систему гиперссылок, связывающая узел в единое целое, единое оформление узла, своевременное обновление находящийся информации на узле и скорость загрузки отдельных страниц.

Основное отличие документов web от обычных электронных документов состоит в наличии гиперссылок. Гипертекстовые ссылки позволяют, просматривая документ web, перейти к другой его части или другому документу web, или обратиться к одной из служб Интернета. Как правило, часть текста документа web, соответствующая гиперссылке, выделяется синим цветом или подчёркивается. При перемещении на гиперссылку курсор мыши принимает форму развёрнутой ладони с указывающим пальцем. Если щёлкнуть таким указателем по гиперссылке, то произойдёт переход по адресу, который указан в гиперссылке. При возвращении из гиперссылки на страницу синий цвет заменится на вишнёвый. Замена цвета позволяет пользователю отслеживать «отработанные» гиперссылки.

Домашняя страница – чаще всего под домашней страницей понимают стартовую страницу в браузере.

Сайт, представляющий некоторую организацию, называется корпоративным или официальным сайтом организации. К официальному сайту предъявляются более жесткие требования в части информационного содержимого, графического дизайна, навигации, хостинга.

Официальный сайт обычно имеет следующие разделы:

- 1) Новостная информация;
- 2) Нормативные документы, положения;
- 3) Направления деятельности;
- 4) Контактная информация;

Хороший сайт, включая в себя всю интересную информацию, является лучшей визитной карточкой и коммерческой фирмы, и медицинского учреждения, работая на них в любое время суток. Безусловно, это современно и престижно. Это прекрасная возможность продемонстрировать всем свои достижения, размещать актуальную информацию для заинтересованных лиц (родителей, учеников, студентов, преподавателей, коллег из других учебных заведений). Это способ рассказать о своих успехах, поблагодарить спонсоров.

1.4 Роль web – ресурса в медицинских учреждениях

Для медицинских учреждений информационный сайт имеет большую роль, он выполняет задачу по ознакомлению пользователей с медицинскими услугами, а также служит средством коммуникации между компанией и посетителями сайта. Так как речь в данном отчете идет об новшестве в сфере медицины то значимость информационного ресурса удваивается так как теперь он должен не только предоставить услугу компании, но и «грамотно» рассказать посетителям о всех преимуществах данного новшества. Под словом «грамотно» подразумевается вызвать интерес к продукту и превратить посетителей сайта в потенциальных клиентов.

Так, например, задача информационного сайта компании «Здравпринт» состоит в том, чтобы за кратчайшее время предоставить посетителю самую подробную информацию о предоставляемой услуге (в данном случае изготовление медицинских ортезов), а значит, что основная сложность при создании такого информационного ресурса в том, что нужно максимально упростить структуру сайта чтобы посетитель смог очень быстро найти нужную ему информацию, а так же информация медицинского информационного сайта должна соблюдать ряд требований: быть достоверной, проверенной, не допускать двухзначных толкований, достаточной для полного понимания услуги, постоянно обновляться, быть понятной для любого посетителя.

В добавок ко всему вышесказанному следует подчеркнуть уникальность контента сайта, который предоставляет совершенно новую услугу, такой контент должен сразу донести до потребителя все плюсы новой продукции или услуги.

Медицинские услуги уже сегодня стали одной из самых дорогостоящих сфер, а конкуренция в этом секторе только усиливается. Постепенно люди привыкают к тому, что за качественное медицинское обслуживание нужно платить, и часто это более выгодно для себя. Медицинские центры

небезосновательно ведут непрерывную борьбу как в направлении качества предлагаемых услуг, так и в освоении маркетинговых решений, в итоге их конечная цель – чтобы клиент выбрал именно их.

Интернет – ресурс медицинского учреждения – это его лицо, знакомство с организацией начинается не в кабинетах учреждения, а на его сайте. Чтобы заинтересовать посетителя и вызывать у них доверие, сайт должен иметь привлекательный, понятный и честный контент, который будет удобен для посетителей.

Создавая информационный сайт предоставляющий какие – либо услуги (в данном случае изготовление медицинских ортезов которые являются качественной заменой гипсу при переломах) разработчик должен определить какие задачи будет выполнять данный сайт, определить целевую аудиторию, стандарты и требования разработки сайта, схема расположения элементов сайта, контент и др. менее важные детали. Информационный сайт «Здравпринт» своей целью определяет заинтересованность посетителей в их продукте, как пациентов, так и врачей, желающих перейти с гипсов на ортезы.

Основная сложность при разработке подобного сетевого ресурса в том, что нужно донести самую важную информацию до посетителя буквально с первой минуты пребывания на сайте (требования к информации: краткость, достаточность), далее убедить его в том, что ортезы выгодны и безопасны для здоровья. Человек сталкиваясь с чем – то новым что ломает его стереотипы склонен сомневаться в том, что это принесет больше пользы. В нашем случае гипс в медицине использовался на протяжении многих десятилетий для фиксации переломов и быстрого заживления, люди за такое время привыкли к гипсу и считают, что «традиционно» при переломах нужно идти в пункт травматологии и наложить гипс. О существовании ортезов люди сперва даже не подозревают, но после того как узнают, что кроме гипса есть новая альтернатива – это вызывает скепсис, критичное и недоверчивое отношение к новизне. Поэтому очень важная задача информационного сайта

– это развеять подобный скепсис, опять же с первых минут пребывания посетителя на информационном сайте. Этого можно добиться путем грамотного предоставления информации.

1.5 Требования к сайту медицинского учреждения

Министерство здравоохранения опубликовало приказ, в котором суммируются обязательные требования к информации, которая должна содержаться на сайтах медицинских организаций, а также обязательные требования к информации о медицинских учреждениях на сайтах Министерства, органов государственной власти, местного самоуправления и самих медицинских организаций[11].

Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 30 декабря 2014 года № 956н «Об информации, необходимой для проведения независимой оценки качества оказания услуг медицинскими организациями, и требованиях к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинских организаций, размещаемой на официальных сайтах Министерства здравоохранения Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и медицинских организаций в информационно – телекоммуникационной сети "Интернет"»

На сайтах медицинских организаций должна быть представлена информация, необходимая для независимой оценки качества оказания медицинских услуг населению. К ней, в частности, относятся: полное наименование организации, режим и график работы, правила внутреннего распорядка, контактные телефоны, адреса электронной почты, контактные данные региональных органов здравоохранения, а также органов по надзору в сфере здравоохранения и защиты прав потребителей, список сотрудников с указанием специализации, квалификации и стажа работы, данные о правах и обязанностях граждан в сфере охраны здоровья, информация о возможности получения бесплатной медицинской помощи в рамках программы государственных гарантий, перечень платных медицинских услуг, прейскурант на них, утвержденные перечни лекарственных средств и многое

другое. Помимо этого, на сайтах должна быть предусмотрена возможность для ознакомления с отзывами потребителей медицинских услуг.

Что касается формы публикации информации на сайтах государственных и медицинских учреждений, то она должна быть изложена в доступной, понятной и наглядной форме, версия для слабовидящих. Размещенная на сайтах информация должна быть доступна круглосуточно без взимания платы и других ограничений. Предусмотрено формирование разделов «Медицинские организации», содержащих указанные сведения о подведомственных организациях, на сайтах Минздрава РФ, органов государственной власти и местного самоуправления.

При создании сайта компании «Здравпринт» должны соблюдаться практически все вышеперечисленные требования к контенту, так как организация работает в медицинском направлении. Так же следует учитывать, что информация на сайте предназначена для трех разных категорий посетителей: пациенты, врачи и потенциальные партнеры.


Пациенты – к этой категории относятся люди, получившие перелом и зашли на сайт для того чтобы узнать где можно приобрести ортез, как его наложить и получить другую интересующую их информацию. В подобных случаях их направляют в ближайший травматологический пункт, который сотрудничает с компанией «Здравпринт», где врачи обучены накладывать ортезы. Для пациентов на информационном сайте важна следующая информация: описание и преимущества ортезов, цены на ортез, куда следует обратиться, обратная связь.

Пример сайта «Здравпринт» московского отделения – решением разработчика стало наглядное изображение ортезов, посетитель таким образом с первых секунд пребывания на сайте получает представление что такое ортез и каким образом он заменяет гипс. Далее идет краткое описание, область применения, технология изготовления, обратная связь, а также есть кнопки навигации для быстрого перехода между разделами сайта.



Врачи – так же присутствует раздел информации для врачей. Этот раздел предусмотрен для тех врачей, которые захотят сотрудничать с компанией «Здравпринт» и предоставлять пациентам ортезы вместо гипса. Для этой категории важно полное описание и характеристики ортезов, безопасность их применения и техника наложения.

Партнеры – категория посетителей которых интересует возможность сотрудничать с компанией «Здравпринт» и представлять ее в своем регионе или городе. Потенциальные партнеры интересуются технологией изготовления ортезов, способами их применения и условиями сотрудничества.

 ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЯ ДЛЯ ВРАЧЕЙ КОНТАКТЫ	
У меня перелом, как купить ортез?	Главное - направление от врача. Если у вас есть направление от врача, и вы знаете какая иммобилизация вам показана, можно заказать ортез через форму на сайте. Но мы не делаем наложение ортеза, это делает врач.
Хотим узнать цену на вашу продукцию.	Ортезы на пальцы стоят от 300 до 2200 рублей в зависимости от размера и модели. Ортезы на предплечье от 2500 до 4500 в зависимости от размера и модели.
Можете ли сделать ортез на голеностоп/ корсет для позвоночника?	На сегодняшний день мы можем делать только ортезы на верхние конечности.
Можно ли быть вашим представителем в другом регионе?	Да, мы активно развиваем партнерскую сеть, свяжитесь с нами через форму на сайте для получения подробной информации.

1.6 Сайт организации как средство коммуникации

Основная часть населения предпочитает узнавать по интернету интересующую их информацию такую как цены на товар или прогноз погоды, заказывать авиабилеты и бронировать гостиницы, искать вакансии и т.д. Какая бы потребность у человека не возникла, первым делом он заходит в свой браузер и вбивает запрос. И с развитием информационных технологий такие тенденции только набирают обороты.

Поэтому на сегодняшний момент иметь свой собственный сайт – очень выгодно с точки зрения коммерции и престижа. В особенности это относится к компаниям, работающих в сфере «бизнес для клиента». Однажды зайдя на веб – представительство компании и найдя там нужную информацию о предлагаемом товаре или услуге, скорее всего, посетитель вернется туда вновь, когда это ему потребуется в следующий раз.

Контент, от которого зависит его конечный успех у потребителей. Чтобы сайт был действительно эффективным инструментом коммуникации, его содержание должно отвечать следующим условиям:

Понятность—означает что текст должен быть доступным для понимания посетителей сайта. Часто бывает так что создатель контента оперирует сложными терминами, излагает информацию трудным для понимания текстом, пользуется жаргонными словами, или же в тексте много «воды», то есть ненужной информации. На самом деле, люди не так хорошо понимают друг друга, как это принято считать, – и большая часть распространенных социальных проблем происходит именно отсюда. Люди общаются друг с другом через фильтры собственных установок и убеждений, подчас неадекватных. Через такие же фильтры они воспринимают и текст на сайте, и это нужно всегда учитывать. Соответственно, при его написании нужно свести момент непонятности к минимуму. Для этого чаще всего пользуются услугами профессиональных копирайтеров – людей которые способны создать качественный и эффективный контент. Копирайтер в процессе

создания контента соблюдает ряд правил. Во-первых, избегать любой двусмысленности в словах и фразах, например, "казнить нельзя помиловать" и т.д. Во – вторых, с осторожностью использовать слова, заимствованные из иностранных языков, так же предоставлять только самую достоверную и непротиворечивую информацию. Если компания ориентируется на широкую аудиторию, то сложных, специфических терминов и сленговых выражений лучше избегать. В случае, когда без них нельзя обойтись, можно их вынести в отдельный раздел или дать расшифровку в скобках.

Читабельность – тесно связан с предыдущим пунктом, читабельность подразумевает как легко и удобно будет усваивать информация посетителем сайта. Еще в 60 – е годы прошлого столетия психолингвисты интересовались вопросом, что определяет легкость чтения текста человеком и каким должен быть текст чтобы сделать его легким для чтения. В итоге опытным путем они вывели формулу, по которой должен составляться текст. Формулы для определения легкости текста для русского и английского текста разные, но основные критерии, от которых зависит читабельность, те же самые – соотношение числа слогов на слово и числа слов на одно предложение. Иными словами, длинные предложения следует разбивать на несколько коротких, а длинные слова, которых не вырезать, лучше разбавлять короткими.

Удобство использования сайта – определяет, как легко и приятно человеку будет находиться на сайте и искать информацию! На большинстве сайтов не продумана система навигации, информация разношерстна, не рассортирована по категориям или смыслу, нет соблюдается соотношение цветов в дизайне и т.д. Удобство использования позволяет пользователю сайта легко и быстро находить нужную ему информацию. В общих чертах удобство использования сайта подразумевает простоту структуры и удобные инструменты навигации.

Информационная структура. Чаще всего, сайт начинается с продумыванием идеи на листке. Как правило идея представляет собой

описание. В совершенстве надо составить подробный порядок развития сайта, и дальше переходить к проработке его содержания. Сайт по заверению компании это прежде всего инструмент коммуникации с клиентом, который помогает ему получить знания о товарах и услугах, мотивировать его на покупку, а компании получать прибыль и увеличивать продажи.

Представительство компании можно разбить на следующие части:

- Приветствие;
- Наши товары и услуги;
- Наши клиенты/Наши партнёры;
- О компании/Контакты.

Далее следует проделать такую же разбивку внутри разделов. Обратите внимание на взаимодействие разных разделов сайта. Не забывайте выделять области, где информация будет обновляться время от времени и сообщайте об этих обновлениях посетителям.

В связи с этим, если компания использует средства медиа на сайте, то она должна дать посетителю возможность отключать ролики и звуки, если это существенно не влияет на работу с сайтом (как в случае с теми сайтами, где обучают произношению иностранных слов).

Web – серфинг. Многие владельцы сайтов очень вдумчиво и ответственно относятся к содержимому страниц. Они надеются, что посетители сайта оценят их подход и будут столь же внимательно читать всё, что находится на странице. К сожалению, это не так. Недаром путешествие по Интернету называется веб–сёрфинг, потому что мы не читаем, а просматриваем страницы, сходу схватывая содержимое. Если страничка нас заинтересовала, мы можем остановиться ненадолго на ней и почитать ее повнимательнее. Но как только наш интерес иссякает, мы выискиваем новую, привлекательную на наш взгляд, ссылку и отправляемся в дальнейшее путешествие. И так же легко может улизнуть с сайта компании ее потенциальный клиент.

Реклама сайта. Каким бы привлекательным и замечательным ни был бы сайт компании, он нуждается в том, чтобы о нём знали люди. В случаях, когда сама компания занимает лидирующую позицию в своей отрасли и ее имя хорошо известно широкой аудитории, то проблем с рекламой ее корпоративного сайта не возникает. Сейчас рассматривается случай, когда компания только начинает свою работу на рынке, т.е. когда и компания, и ее сайт появляются практически одновременно. В таком случае сайт служит инструментом привлечения клиентов к конкретным товарам и услугам.

Для того, чтобы о новом продукте узнали пользователи интернета, есть несколько способов. Можно дать рекламу в интернете, заказать баннеры и повесить его на сайтах где обитает целевая аудитория. О том, как это делать, сегодня есть много информации в специализированных изданиях и в самом интернете.

1.7 Этапы разработки web – сайта

Создание любого сайта является трудоемкой работой, так как весь процесс подразделяется на несколько этапов и каждый из них имеет одинаковую важную роль при создании сайта. Всего принято выделять 5 этапов:

1. Разработка дизайна сайта – это самый первый этап, который определяет визуальную часть сайта, т.е. каким его будут видеть посетители. Опытный разработчик при разработке дизайна учитывает тематику сайта и его целевую аудиторию, например, сайт детской тематики, его целевая аудитория – это дети, в таком случае дизайн должен быть таким чтобы его воспринимали дети: яркий, насыщенный, с изображениями персонажей мультфильмов и т.д. в противовес детскому сайту, сайт производственной компании – дизайн такого сайта как правило выполнен в «строгом» стиле подчеркивая солидность организации.

2. Верстка – после того, как заказчик ознакомился с дизайном и утвердил его (в письменном виде или по электронной почте) за работу принимается верстальщик – это тот человек, который переводит дизайн на язык, понятный компьютеру с использованием языка HTML, иными словами «вешает» разработанный дизайн на сайт.

3. Программная часть – на этапе программирования происходит разработка всех web – страниц сайта, определяется система работы меню, расставляются гиперссылки, создаются разделы сайта, программируются такие элементы, как статьи, гостевая книга, форум, заказы, новостная лента и прочее.

4. Наполнение контентом – на этом этапе информация, предоставленная заказчиком, размещается на сайте, и эта информация становится доступной посетителям для просмотра.

5. Тестирование – последний этап, во время которого выявляются все ошибки и недочеты, далее ошибки исправляют и сайт снова проходит этап тестирования, и так до полного искоренения недочетов.

1.8 Техническое задание

Техническое задание является обязательным исходным материалом для создания любой информационной системы или web – сайта. Поэтому техническое задание в первую очередь должно перечислить основные технические требования к конечному продукту и предоставлять информацию о том, что данная система должна делать, какими характеристиками обладать и отвечать на ряд других вопросов.

Техническое задание как правило предоставляется заказчиком. Это обязательное условие если заказчик четко понимает какой продукт он хочет видеть на выходе. Любые недочеты, неясности и ошибки в техническом задании должны разьясняться с заказчиком чтобы в будущем не возникло недопонимания между заказчиком и разработчиком.

В техническом задании необходимо подробно перечислить все функциональные и пользовательские требования к продукту. Чем подробнее будет составлено техническое задание, тем меньше спорных ситуаций возникнет между заказчиком и разработчиком во время тестирования и сдачи продукта.

Таким образом, техническое задание является важным документом, который позволяет как разработчику, так и заказчику представить конечный результат разработки и выполнить проверку на соответствие предъявленным требованиям.

Образец технического задания:

Макет веб-страницы с техническими требованиями к элементам:

- Верхняя панель: Логотип, Корзина, Контакты.
- Навигационная панель: О компании, Каталог, Новости, Полезная информация, Контакты.
- Блок баннеров: 3 баннера сменяющиеся друг друга по времени, либо при переключении. Тематика Баннеров: защита картера, фаркопы, багажники. (Ссылки 1, 2, 3)
- Блок новостей: Новости компании. В данном блоке выводится последние 2-3 новости компании.
- Заголовок страницы: Иконка Защиты картера (при нажатии переход в раздел каталога), Иконка фаркопа (при нажатии переход в раздел каталога), Иконка багажника (при нажатии переход в раздел каталога).
- Блок преимуществ: Блок содержит преимущества компании выполненные графически.
- Блок о компании: Общий текст о компании.
- Панель подвала: О компании, Каталог, Новости, Полезная информация, Контакты.

1.9 Терминология сайтостроения

Для того чтобы заняться разработкой сайта разработчик обязан знать основные термины, которые используются в области разработки web – ресурсов.

Контент – представляет собой текстовое содержание, изображения, аудио, видео и прочие файлы. Для пользователя контент обычно представлен для просмотра, скачки или других действий.

Аудит контента – анализ качества наполнения на сайте, обычно предоставляется в виде текстового документа на котором представлен результаты анализа. Аудит обычно используется компаниями, сайт которых создан давно и в случаях, когда на этапе разработки наполнению не было уделено должное внимание. В ходе такого анализа специалисты могут выявить и исправить существенные ошибки, повторы, ликвидировать нехватку информации. Например, юрист проверит тексты на соответствие законодательству, копирайтер – на грамотность и стилистику.

Юзабилити – это сложное понятие, которое обозначает насколько эффективно и удобно будет пользоваться сайтом человек, который на него зашел. Если попытаться объяснить это понятие максимально просто, то он обозначает захочет ли человек, который попал на Ваш сайт, остаться на нем и сделать те действия, которые Вы хотите, чтобы он совершил. Обычно зависит от удобства навигации по сайту и есть ли раздражающие факторы на веб ресурсе, который отвлекают от поиска нужной информации. У нас в блоге есть статья на эту тему.

SEO [от англ. Search engine optimization] – оптимизация сайта. Бывает внутренняя и внешняя. Внутренняя оптимизация затрагивает только сам сайт, то есть переделываются тексты, заголовки и т. д. под определенный поисковый запрос. Внешняя оптимизация – это регистрация сайта в каталогах, на досках объявлений и т.д. Оптимизация используется для продвижения сайта по определенным поисковым запросам.

Топ – первая страница поисковой выдачи. Часто встречается реклама «выведу сайт в топ», это значит, что веб ресурс по определенному поисковому запросу будет находиться на первой странице поисковой выдачи.

Релевантность – это мера, которой измеряется соответствие найденного документа поисковому запросу. Также обозначает насколько найденные страницы веб сайта соответствуют поисковому запросу.

Перелинковка – связывание страниц сайта между собой посредством внутренних ссылок. Правильно сделанная перелинковка может помочь значительно повысить позиции сайта.

ИП – адрес (Ай Пи – адрес) уникальный адрес компьютера в сети интернет. Он состоит из четырех чисел (от 0 до 255), которые разделены между собой точками.

Домен – это адрес сайта или определенная зона, которая имеет свое имя, не похожее ни на одно другое в системе доменных имен. Домены бывают нескольких уровней. Например, домен первого уровня обычный пользователь зарегистрировать никак не сможет, зарегистрировать домен второго уровня возможно. Домены третьего, четвертого и т.д. уровней называют субдоменами. По имени домена можно узнать его определенную принадлежность.

Уязвимость – это место в CMS или другой системе, в котором система может повести себя некорректно, предоставив при этом пользователю доступ к приватной информации. Может использоваться хакерами для взлома системы.

Хостинг – виртуальное пространство на диске для размещения файлов на сервере, постоянно находящемся в глобальной сети.

CMS (система управления содержимым) – на жаргоне сайтостроения «движок сайта», информационная система или компьютерная программа, используемая для обеспечения и организации процесса создания, редактирования и управления контентом.

Сервер – компьютер, специализированный под выполнение определенных сервисных задач без непосредственного контроля со стороны человека. Сервером также называется программное обеспечение, которое выполняет сервисные функции для программ – клиентов и предоставляет им доступ к определенным службам. Часто аппаратное и программное обеспечение называют сервером как единую среду. Очень важен не объем сервера, а его вычислительные мощности и пропускная способность интернет – каналов. Серверы могут осуществлять хранение данных, управление базами данных, удаленную обработку заданий, печать заданий и ряд других функций, потребность в которых может возникнуть у пользователей сети. Сервер – это источник ресурсов сети.

CTR (от англ. click – throughrate – рейтинг кликов) – показатель кликабельности рекламного баннера или ссылки, то есть эффективность рекламы в Интернете. Определяется как отношение числа показов рекламы к числу кликов по ней и измеряется в процентах.

Браузер (обозреватель) – компьютерная программа, предназначенная для просмотра веб – страниц в Интернете. Преобразует html код, из которого состоит любой сайт, в удобный для просмотра формат.

Глава 2. Разработка информационного сетевого ресурса для компании «Здравпринт»

2.1 Направления деятельности компании «Здравпринт»

В медицине при переломах конечностей накладывают гипсовые повязки, этот факт широко известен и является обыденностью по сегодняшний день. Появились они в 1852 г., благодаря работам врачей из Голландии. Стали известны широкой общественности в 1854 г., после статьи Н. Пирогова, который описал процесс изготовления повязок из гипса в полевых условиях. Следовательно, гипсовые повязки используются в медицине уже почти 160 лет.

В последнее время все чаще используются гипсовые бинты – лонгеты. Они являются более прочными и предупреждают трескание и крошение гипсового каркаса при переломе руки. Так же существуют другие разработки в этой области, например, полиуретановый гипс, который по заверению использующих его врачей позволяет мыться в этом гипсе не боясь размокания.

Обратной стороной «медали» в том, что ношение гипса крайне неудобно и имеет ряд серьезных недостатков. Жалобы на гипс со стороны обычных людей всегда обоснованы. Например, тяжелая повязка сильно стесняет движения и ее не скрыть под одеждой, более того в случае перелома ноги невозможно надеть зимнюю обувь на толстый слой гипса. Гипсовые крошки, которые откалываются от внутренней стороны повязки, вызывают зуд и дискомфорт. Так же гипс размокает, поэтому принять душ после перелома очень крайне проблематично: надо обмотать загипсованное место пакетом или мыться в буквальном смысле слова по частям.

У врачей так же есть множество претензий. В последнее время все чаще можно услышать, что традиционное наложение гипса может привести к повторному смещению перелома. Проследить, правильно ли срастаются

кости под повязкой, крайне сложно: гипс плохо пропускает рентгеновские лучи. А еще при его длительном использовании на поврежденном участке нарушается циркуляция крови, страдают мышцы, суставы и сухожилия. Закованные и обездвиженные, они почти не работают, поэтому постепенно начинают терять свои функции. Неслучайно после снятия гипса с ноги, пациенты еще какое – то время хромают. Нередким осложнением является и локальный остеопороз: без нагрузки кости рядом с переломом становятся менее крепкими. Вот почему специалисты различных организаций разрабатывают методики, которые позволят заменить гипс на другие материалы.

Компания «Здравпринт» в 2014 г. разработала уникальное решение данной проблемы гипса. Суть разработки – использование трехмерных технологий печати из полилактида для создания медицинских ортезов. Полилактид – биоразлагаемый, биосовместимый, термопластичный, алифатический полиэфир, мономером которого является молочная кислота. Сырьем для производства служат ежегодно возобновляемые ресурсы, такие как кукуруза и сахарный тростник. Используется для производства изделий с коротким сроком службы (пищевая упаковка, одноразовая посуда, пакеты, различная тара), а также в медицине, для производства хирургических нитей и штифтов. Полилактид является экологичным, качественным материалом, который успешно заменяет гипс.

Ортезами называют обширный класс ортопедических приспособлений, которые используются для фиксации и разгрузки позвоночника и суставов после травмы, операции либо при определенном заболевании.

Ортезы смогли разрешить те проблемы, которые были при ношении гипса, а также обладают дополнительными преимуществами:

- ортез гораздо легче гипса;
- созданный из полилактида ортез не трескается и не рассыпается как это бывает с гипсом;

– под гипсом кожа сильно потеет и не дышит что приводит к появлению пролежней, ортез имеет решетчатую структуру – это позволяет коже под ним дышать что в свою очередь не допускает появления пролежней;

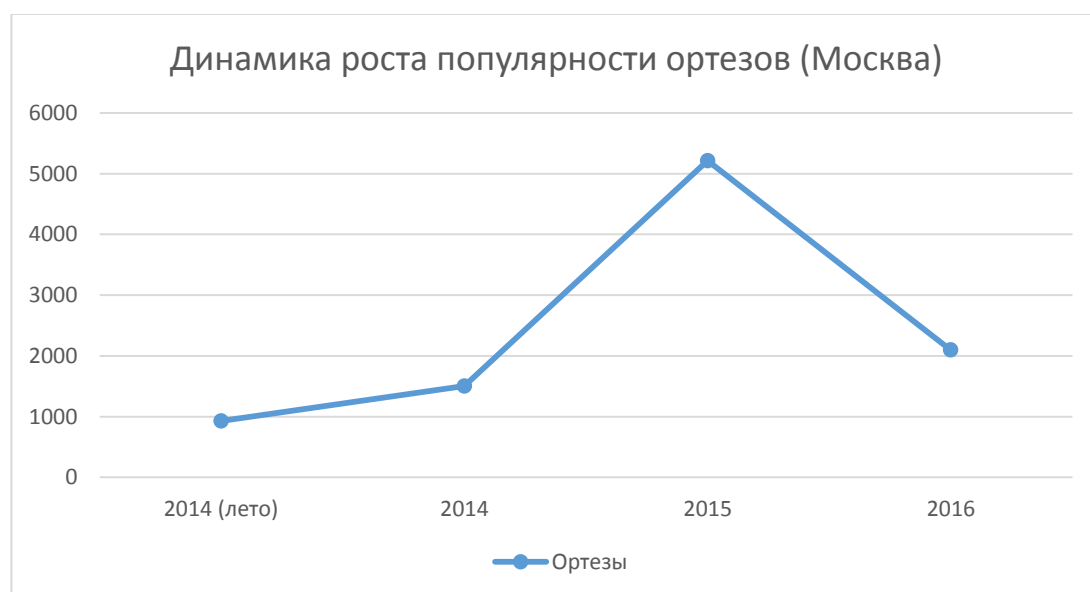
– ортез не размокает в воде, а значит в нем можно свободно мыться;

– ортез меньше и тоньше, изготавливается индивидуально для каждого пациента, его удобнее носить под одеждой и не вызывает чувства дискомфорта.

– накладывается быстрее чем гипс

Технология изготовления ортезов практически автоматизирована, следует только определить тип иммобилизации, указать размеры пострадавшей конечности и 3dпринтер начнет печатать ортез по размерам пациента. После изготовления, ортез подвергается термальной обработке (нагревание специальным феном) в следствии чего он на короткое время становится мягким и после этого накладывается хирургом на поврежденную конечность пациента, следует отметить что никто кроме хирурга ортез накладывать не имеет право.

Изобразим динамику роста использования ортезов в городе Москва (население около 12 млн. человек) за период с 2014 г. по 2016 г.:



На графике видно, как ортезы постепенно набирают популярность. Летом 2014 г. «Здравпринт» запустила производство ортезов, 2014 – 2015 гг. ортезы становились все популярнее, в 2015 – 2016 (11 март) гг. кривая идет вниз, так как ортезов за 2015 г. было произведено больше, чем за 2,5 месяца 2016 г.

2.2 Техническое задание сайта «Здравпринт»

Заказчик в лице управляющего красноярским филиалом ООО «Здравпринт» предоставил техническое задание, в котором кратко описывается структура web – ресурса, требования к контенту, правила оформления, требования к дизайну, функционал и элементы сайта, а также перечислил какие задачи должен выполнять будущий информационный ресурс компании.

По требованиям управляющего компании сайт должен выполнять следующие задачи:

- предоставить посетителю знания о том, что существует альтернатива гипсу (многие даже не догадываются о существовании ортезов);
- рассказать о преимуществах ортезов над гипсом, убедить в том, что пациенту выгоднее и надежнее для здоровья приобрести ортез;
- предоставить информацию о том где и как приобрести ортез;
- предоставить обратную связь, оперативные ответы на вопросы посетителей;

Отдельные задачи:

- статистика посещаемости сайта;
- оптимизация сайта (для поисковых систем и удобства пользования);
- своевременное обновление контента сайта;

Так же есть три основных требования к структуре и контенту сайта:

- простота сайта – имеется ввиду чтобы он был интуитивно понятным и любой пользователь мог легко найти интересующую его информацию;
- доступность и полнота контента –простая для понимания информация и ее исчерпываемость;
- индексация сайта – подразумевается, как легко найти сайт по запросам пользователя на просторах интернета (для этого требуется работа с контентом);

При соблюдении всех трех требований на выходе мы получим оптимизированный сайт с привлекательным контентом, а также ссылки на него на первых страницах интернета при больших вариациях запросов.

Чтобы этого добиться на сайт было добавлено несколько элементов, а информация составлена с учетом вышеперечисленных требований:

- на сайт добавлены элементы навигации, такие как кнопки для быстрого перехода. Так же вся информация была поделена на разные категории и содержится в соответствующих вкладках;

- основным каналом восприятия у большинства людей является зрение (визуальный канал обработки информации), поэтому на главной странице сайта расположены изображения с ортезами, таким образом посетитель сайта с самого начала пребывания на сайте получит примерное представление о том, что такое ортез.

- для того чтобы контент сайта был максимально понятным, были исключены многие медицинские термины, а сама информация по сути включает в себя только описание проблемы пациента и ее решение. Для некоторых слов в скобках добавлены пояснения;

- что бы человек смог легко найти сайт в сети он должен быть оптимизирован, в контент сайта добавлены слова по ключевым запросам (ортезы, купить ортезы, ортезы здравпринт и т.д.) пользователей.

Далее идет следующий этап разработки – создание и наполнения сайта информацией.

2.3 Выбор платформы web – сайта CMS Joomla

Выбор платформы для разработки информационного сетевого ресурса всегда основывается на простоте реализации с учетом того что платформа может предоставить необходимый функционал для будущего сайта. В качестве платформы для информационного web – ресурса была выбрана CMS Joomla.

Joomla представляет собой бесплатную систему для создания веб – сайтов. Это проект с открытым исходным кодом, очень удобен в использовании и для его освоения не нужны специфические углубленные знания в программировании. Он очень успешно развивается, в течение уже семи лет, и пользуется популярностью у многих пользователей по всему миру.

Главное отличие Joomla от других движков – это стремление сделать управление настолько простым, насколько это возможно, в то же время обеспечивая лучшую функциональность. В итоге, не имея специального образования и знаний, можно полностью контролировать свой сайт, вместо того чтобы оплачивать дорогостоящую разработку сайта.

CMS Joomla включает в себя различные средства для изготовления веб – сайта. Важной особенностью системы является минимальный набор инструментов при начальной установке, который обогащается по мере необходимости. Это снижает загромождение административной панели ненужными элементами, а также снижает нагрузку на сервер и экономит место на хостинге.

Преимущества CMS Joomla:

1. Бесплатность и открытый исходный код. Пожалуй, для многих пользователей именно цена системы играет решающую роль при выборе того или иного продукта. Конечно, как и в случае с другими системами, у вас может возникнуть необходимость потратить некоторую сумму на дополнительные компоненты, а также услуги программиста и дизайнера при

персонализации сайта, но изначально система распространяется свободно, и каждый может вносить в её код изменения по собственному желанию.

2. Ориентированность на дизайнеров и разработчиков. Благодаря чрезвычайно простой модификации внешнего вида сайта вы можете всего в несколько кликов изменить внешний вид сайта до неузнаваемости. Это ещё одна отличная возможность максимально персонализировать свой сайт, подстроить его внешний вид под ваши нужды.

3. Наличие множества дополнительных компонентов, расширений, плагинов, инструментов. Такая ситуация стала почти стандартной для любого популярного продукта с открытым исходным кодом. Благодаря тысячам дополнительных компонентов вы сможете встроить в свой сайт практически что угодно. Важным отличием Joomla от WordPress в данном случае является то, что вам как правило необходимо меньше дополнительных компонентов, к тому же эти компоненты практически не повлияют на производительность системы в целом, чего нельзя сказать о WordPress.

4. Привлекательность готового продукта. Даже если у разработчика небольшой опыт работы с сайтами, на выходе можно получить очень профессионально выглядящий сайт. Это большой плюс для тех, кто решил создать коммерческий продукт, который должен выглядеть солидно для пользователя.

5. Постоянные обновления и повышение качества и безопасности системы. Сообщество Joomla является одним из крупнейших. Среди поклонников этой CMS огромное количество разработчиков, которые постоянно создают новые расширения, а также находят недоработки и способы улучшения работы системы. В итоге конечный пользователь получает всё более и более качественную систему.

6. Универсальность. Как и в случае с Drupal, возможности Joomla позволяют создать сайт любой сложности и содержания с минимальным использованием дополнительных инструментов и расширений. Это очень

большой плюс в случае, если вам нужен продукт, реализация которого не слишком соответствует возможностям той же популярной и простой WordPress. У данной системы есть ряд недостатков, которые необходимо учитывать при разработке информационного сетевого ресурса:

1. Одним из недостатков Joomla можно назвать трудности при переходе на более новую версию, когда возможно нарушение некоторых установленных компонентов, причём возможно лишь последовательное обновление через промежуточные версии.

2. Joomla лидирует и в числе систем взломщиков. Сайты на этой системе довольно часто подвергаются атакам. Не последней причиной здесь является и недостаточно высокая защищённость системы.

3. Другим общим недостатком, свойственным для всех бесплатных систем, является отсутствие службы поддержки.

Как и в других ситуациях, выбор той или иной CMS всегда зависит от требований к сайту, а также его тематики и функционала. Joomla предоставляет очень широкий функционал, позволяющий реализовать сайт любой сложности, но требует взамен некоторого времени на освоение системы.

2.4 Установка и настройка виртуального сервера Denwer

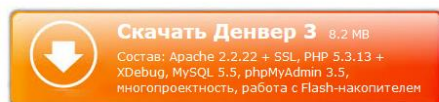
Denwer— это набор дистрибутивов (локальный сервер WAMP) и программная оболочка, предназначенные для создания и отладки сайтов (веб – приложений, прочего динамического содержимого интернет – страниц) на локальном ПК (без необходимости подключения к сети Интернет) под управлением операционной системы Windows. Иными словами, эта программа имитирует рабочее web – пространство(host) на компьютере пользователя без необходимости подключаться к сети интернет. Эта программа обязательна для начала разработки сетевого ресурса!

Опишем процесс установки и настройки Denwer поэтапно:

1. Скачиваем программу Denwer с официального сайта www.denwer.ru

Денвер - локальный сервер. Скачать Денвер, установить WAMP сервер для localhost (PHP 5.3.13, MySQL 5.1, PostgreSQL 8.4 etc.)

Джентльменский набор Web-разработчика («Д.н.в.р», читается «Денвер») — проект [Дмитрия Котерова](#), локальный сервер (Apache, PHP, MySQL, Perl и т.д.) и программная оболочка, используемые Web-разработчиками для разработки сайтов на «домашней» (локальной) Windows-машине без необходимости выхода в Интернет. Главная особенность Денвера — **удобство при удаленной работе** сразу над несколькими независимыми проектами и возможность размещения на **Flash-накопителе**.



Сервер не найден

Firefox не может найти сервер

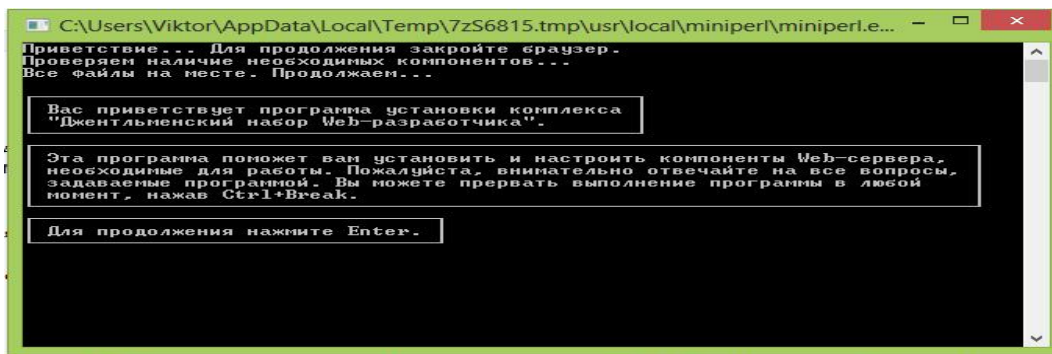
[Подробное описание](#) [Часто задаваемые вопросы](#) [Установка Денвера](#)

Внимание!

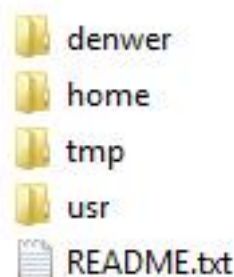
- В свежей версии Денвера исправлена ошибка, из-за которой в Windows 7 иногда не создавались виртуальные хосты.
- Обновилась версия MySQL до 5.5 и phpMyAdmin до 3.5.1. Если вы обновлялись со старой версии Денвера, см. [инструкции по переносу БД](#).
- У вас английская Windows и в консоли Денвера - иероглифы? [Настройте Windows](#).

А если нужен хостинг в интернете...

2. Далее устанавливаем программу, во время установки программа создает виртуальный диск на компьютере и необходимо указать директорию установки и имя виртуального диска



3. Так же программа создает папку WebServer в которой располагаются управляющие файлы программы.



4. Далее проверим работоспособность локального сервера, в адресной строке браузера введем «localhost» (без кавычек):

Тестирование Денвера

Настоятельно рекомендуем проверить работоспособность сервера при помощи следующих далее ссылок. Посмотрев результат, нажмите кнопку **Назад**, чтобы перейти к другой ссылке. Если что-то не заработало, проделайте следующие действия:

1. Загляните в log-файл сервера (/usr/local/apache/logs/error.log).
2. Прочитайте [ответы на часто задаваемые вопросы](#).
3. Если ответа нет в FAQ, зайдите в форум по адресу <http://forum.dklab.ru/denwer> и воспользуйтесь [поисковой системой](#) — 9 шансов из 10, что ответ на ваш вопрос уже есть в базе данных.

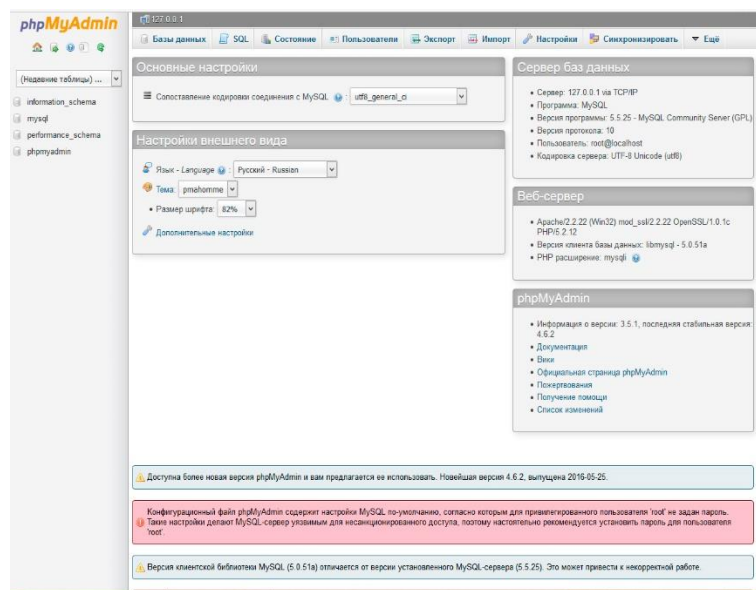
Внимание — распространенная ошибка: если работает только localhost, а другие хосты — не работают, пожалуйста, проверьте, включены ли у Вас прокси-сервер (Сервис — Свойства обозревателя — Подключение — Настройка сети).

Пожалуйста, описывайте проблему как можно подробнее. Помните: каждое ваше письмо и наш ответ на него попадают в глобальный архив изменений (CHANGELOG), а потом и в FAQ. Чем более исчерпывающим будет описание проблемы, тем оперативнее придет ответ, и тем больше пользы принесет ваше письмо другим Web-разработчикам.

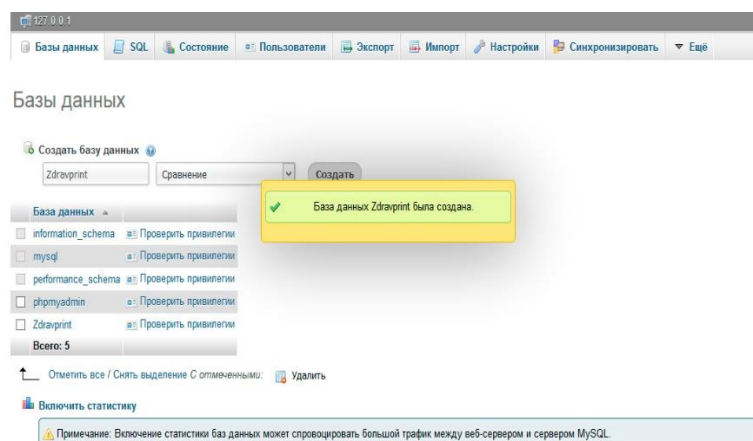
URL	Описание
https://subdomain.localhost/ssl.php	Проверка SSL
http://subdomain.localhost/	Проверка "не-Интернет" доменов второго уровня, а также SSI
http://test1.ru/	Проверка "Интернет"-доменов второго уровня: test1.ru (вначале отключите прокси-сервер!)
http://subdomain.test1.ru/	Проверка "Интернет"-доменов третьего уровня
http://localhost/Tests/phnotice/index.php	Проверка перехвата PHP Notice в Денвере
http://localhost/Tests/PHP5/index.php5	PHP5 information
http://localhost/Tools/phpMyAdmin	Проверка MySQL и phpMyAdmin
http://custom-host:8648	Проверка хоста с другим IP-адресом и портом (127.0.0.2:8648) <i>В Windows XP SP2 имеется ошибка, из-за которой данный хост может не работать. Официальную "заплатку" от Microsoft качайте здесь.</i>
http://localhost/Tests/sendmail/index.php	Проверка отладочной загрузки для sendmail

Распространенная проблема – появление пустой страницы вместо localhost, причина в том, что порт 80 занят другой программой, как правило это программа skure или system. В первом случае в настройке программы нужно снять галочку с пункта использования порта 80 в качестве альтернативы. Во втором случае в реестре в папке System/html следует изменить значение stat с 3 на 4 и перезагрузить компьютер.

5. Заходим в меню управления хостом, для этого в адресной строке браузера следует ввести localhost/tools/phpmyadmin или 127.0.0.1



6. Создаем базу данных для будущего сайта



7. Далее необходимо добавить пользователя, который будет являться администратором сайта и добавить ему все «привилегия»

Обзор учетных записей

Пользователь

- ☐ Любый
- ☐ Любый
- ☐ root
- ☐ root
- ☐ root

↑ Отметить все

Добавить пользователя

Удалить пользователя

(Отменить все активные действия)

☐ Удалить базы данных

Примечание: рНРМ отличается от рНРМ

Добавить пользователя

Информация учетной записи

Имя пользователя:

Хост:

Пароль:

Подтверждение:

Создать пароль:

База данных для пользователя

☒ Нет

☐ Создать базу данных с именем пользователя в названии и предоставить на нее полные

8. Последний этап в настройке Denwer– привязка пользователя к базе данных сайта

Привилегии уровня базы данных

База данных	Привилегии	GRANT	Привилегии уровня таблицы	Действие
zdravprint	ALL PRIVILEGES	Да	Нет	<input type="button" value="Редактирование привилегий"/> <input type="button" value="Отменить"/>

Добавить привилегии на следующую базу:

Изменить пароль

☐ Без пароля

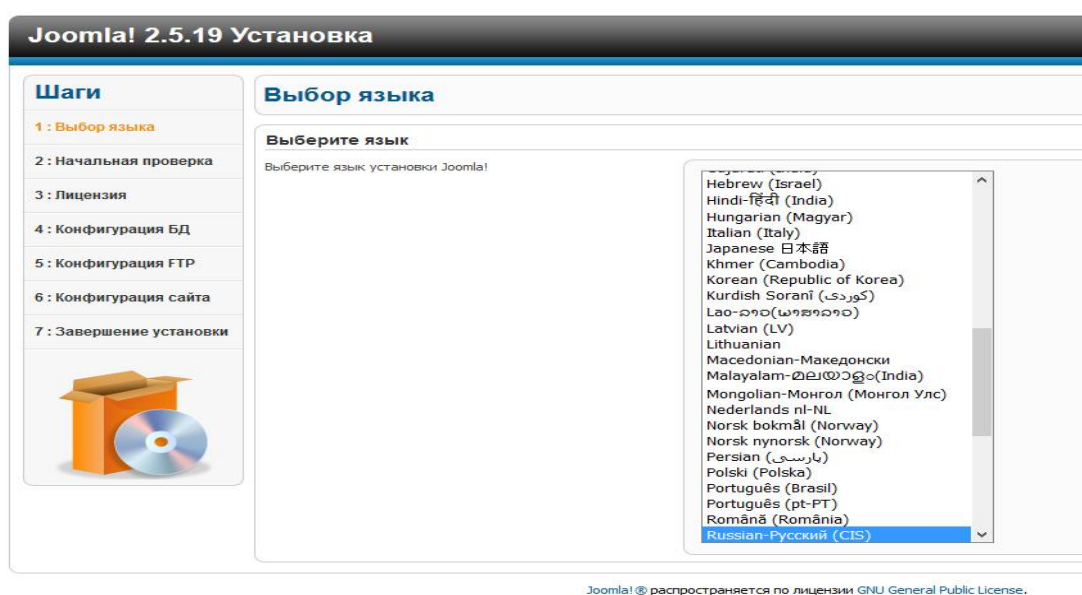
☒ Пароль:

Хеширование пароля: ☒ MySQL 4.1+ ☐ Совместимо с MySQL 4.0

Создать пароль

2.5 Установка и подготовка к работе CMSJoomla

После того как мы закончили подготовку программы Denwerнеобходимо в папке WebServer/home/wwwсоздать папку с названием БД которую мы создавали в предыдущей главе, в нашем случае это папка Zdravprint. Далее в адресной строке браузера прописываем localhost/Zdravprintпосле чего нас выбрасывает на страницу установки CMSJoomla.



Далее необходимо следовать порядку установки, на некоторых этапах следует ввести логин и пароль от базы данных которая была создана нами в ходе установки программы Denwer.

Шаги

1: Выбор языка

2: Начальная проверка

3: Лицензия

4: **Конфигурация БД**

5: Конфигурация ГПР

6: Конфигурация сайта

7: Завершение установки



Конфигурация базы данных

[Назад](#) [Далее](#)

Настройки подключения к базе данных

Joomla! хранит информацию сайта в базе данных. На этой странице вводится информация, необходимая для создания базы данных.

Если вы устанавливаете сайт на рабочем сервере в интернете, вам потребуются узнать параметры подключения у вашего хостера.

На некоторых хостингах требуется предварительно создать базу данных и только после этого начинать установку Joomla!. Если вы увидите сообщение "Не удалось подключиться к базе данных", убедитесь, что имя пользователя и пароль доступа к базе данных введены правильно. Если сообщение появится снова, уточните у хостера, не требуется ли на его сервере создать базу данных до установки Joomla!.

Основные установки

Тип базы данных *

MySQL

Это обычно "MySQL"

Имя сервера базы данных *

localhost

Это обычно "localhost"

Имя пользователя *

admin

Введите имя пользователя базы данных, выданное хостером. На локальном сервере обычно используется учётная запись "root" без пароля.

Пароль

Введите пароль пользователя MySQL. Не рекомендуется применять учётную запись без пароля.

Имя базы данных *

zdravprint

На некоторых хостингах присутствует ограничение по количеству используемых баз данных. Использование префиксов таблиц позволяет установить несколько сайтов на Joomla! в одну базу данных.

Префикс таблиц *

wurml_

Укажите префикс таблиц или используйте **автоматически сгенерированный**. Рекомендация длины префикса: 3-4 символа (латинские буквы и цифры) и символ подчеркивания в конце. Убедитесь, что выбранный префикс не используется в именах существующих таблиц базы данных.

Действия с уже имеющимися таблицами *

☒ Переименовать☐ Удалить

Существующая резервная копия таблиц от предыдущей установки Joomla! будет занесена.

Joomla! 2.5.19 Установка

Joomla!

Шаги 1: Выбор языка 2: Начальная проверка 3: Лицензия 4: Конфигурация БД 5: Конфигурация FTP 6: Конфигурация сайта 7: Завершение установки	<h2 style="color: #000080;">Конфигурация FTP</h2> <p style="text-align: right;">Назад Далее</p> <p>Конфигурация FTP (Не обязательно - этот шаг можно пропустить - нажмите "Далее" для перехода к следующему шагу)</p> <p>Поскольку возможности выполнения операций с файлами на большинстве серверов, как правило, ограничиваются правами доступа или включенным режимом Safe Mode, в Joomla! предусмотрена возможность использовать для этой цели протокол FTP. Для этого, на текущем шаге установки, необходимо указать параметры учётной записи FTP-доступа.</p> <p>С целью обеспечения безопасности рекомендуется создать специальную учётную запись, имеющую право на доступ только к корневой директории сайта, а не ко всему серверу.</p> <p><small>Примечание: при установке Joomla! на сервер с операционной системой Windows, задействовать FTP не требуется.</small></p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p>Основные установки</p> <p>Включить FTP-доступ * <input type="button" value="Нет"/></p> <p>Пользователь FTP <input style="width: 150px;" type="text"/></p> <p>Пароль FTP <input style="width: 150px;" type="password"/></p> <p>Путь к корню FTP <input style="width: 150px;" type="text"/></p> <p style="margin-top: 5px;"> <input type="button" value="Автопоиск пути FTP"/> <input type="button" value="Проверить установки FTP"/> </p> <p style="margin-top: 5px; color: #000080;">➤ Расширенные установки</p> </div>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Назад

Далее

Конфигурация сайта

Название сайта

Введите название вашего сайта.

Дополнительно: вы также можете указать мета-теги (Meta Description и Meta Keywords) для вашего сайта. Кроме того, вы можете выбрать, будет ли сайт доступен посетителям сразу после завершения установки или нет.

Основные установки

Название сайта *
Здравпринт

Расширенные настройки - Дополнительно

E-mail и пароль администратора.

Введите e-mail адрес. Это будет e-mail адрес Суперадминистратора сайта.

Введите новый пароль и подтверждение пароля в соответствующие поля ниже. Вы можете изменить логин админа. Введенные вами данные будут логином и паролем, которые вы сможете использовать для авторизации в Панели управления после завершения установки.

Если вы осуществляете миграцию с предыдущей версии, вы можете пропустить этот шаг. В этом случае будут использованы ваши текущие настройки авторизации.

Загрузка демо-данных

Ваш E-mail *
Svik@mail.ru

Логин администратора *
admin

Пароль администратора *
••••••••

Подтверждение пароля *
••••••••

ВАЖНО: Начинаяшим пользователям настоятельно рекомендуется установить демо-данные! Чтобы это сделать, нажмите на кнопку справа прежде, чем переходить на следующий шаг установки.

1. Демо-данные

Перед тем, как завершить процесс установки Joomla!, вы можете заполнить базу данных сайта демо-данными. Это можно сделать двумя путями:

Демо-данные

Установка демо-данных

☐ Блор English (GB) демо-данные

☐ Визитка English (GB) демо-данные

☒ Стандартные English (GB) демо-данные

Начинаяшим пользователям рекомендуется установить демо-данные. Они помогут легче освоиться с основными функциями системы.

После установки необходимо нажать кнопку «удалить директорию installation» после чего процесс подготовки CMSJoomla можно считать завершённым.

Шаги

1 : Выбор языка

2 : Начальная проверка


3 : Лицензия

4 : Конфигурация БД

5 : Конфигурация FTP

6 : Конфигурация сайта

7 : Завершение установки



Завершение установки

Сайт

Панель управления

Поздравляем, вы установили Joomla!

Нажмите кнопку «Сайт», чтобы перейти к сайту на Joomla! или «Панель управления» для перехода к административной панели.

На сайте Сообщества Joomla! вы найдёте список со ссылками на доступные языковые пакеты Joomla! и инструкции по установке языковых пакетов.

Нажмите на кнопку справа, чтобы открыть сайт Сообщества Joomla! в новом окне.

ВНИМАНИЕ: НЕ ЗАБУДЬТЕ ПОЛНОСТЬЮ УДАЛИТЬ ДИРЕКТОРИЮ INSTALLATION.

Установка Joomla! не будет завершена, пока Вы не удалите данную директорию. Это требование безопасности Joomla!.

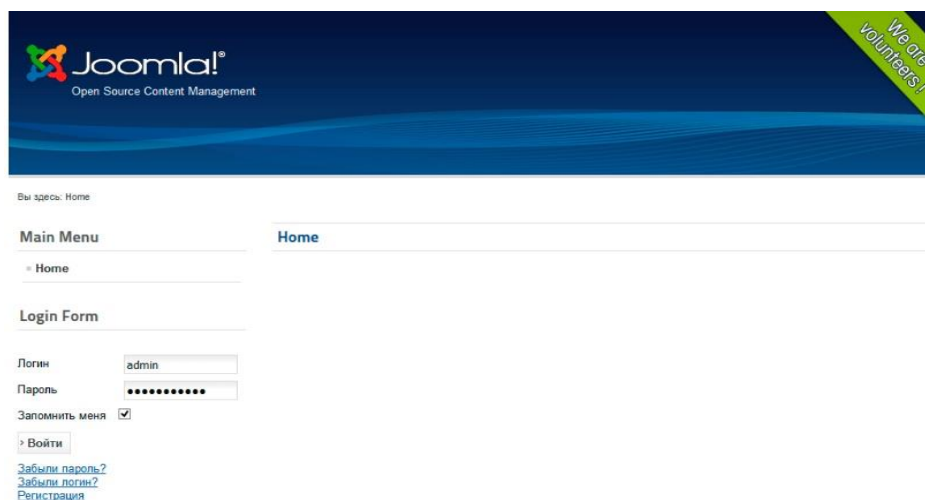
Директория 'installation' успешно удалена.

Подробности учетной записи администратора:

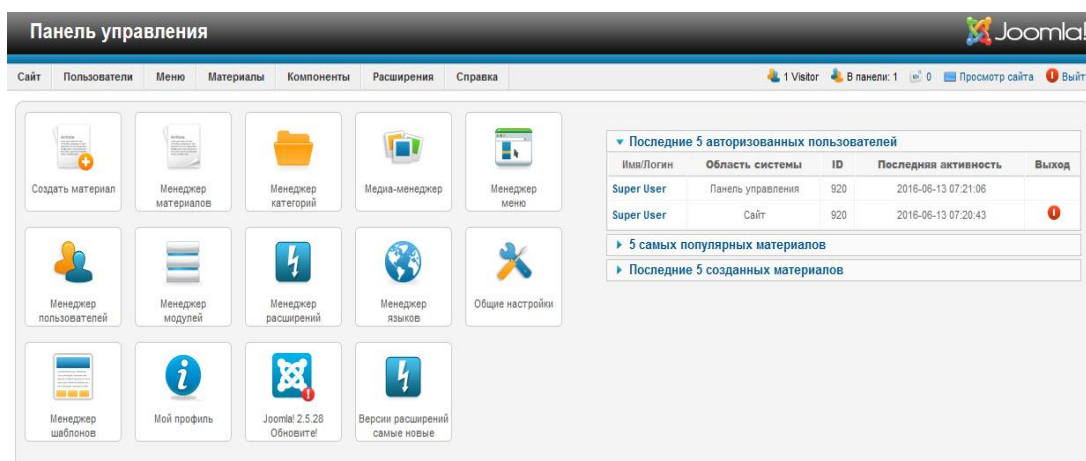
Имя пользователя : admin

Желаете переключить интерфейс Joomla! на ваш родной язык?
Посетите сайт Сообщества Joomla! для загрузки дополнительных языковых пакетов.

В качестве результата мы можем посмотреть как выглядит начальная страница сайта



и панель управления CMS Joomla



Именно через панель управления осуществляются все манипуляции по разработке информационного сетевого ресурса.

2.6 Разработка элементов структуры web – сайта

Структура сайта – представляет собой древовидную иерархическую систему представления всех элементов сайта, включая информационные разделы и их подразделы. Иными словами – это база информационного ресурса, которая впоследствии наполняется текстом и тематическими изображениями, часто под структурой сайта подразумевают блок – схему сайта. Древовидная структура является самой универсальной в качестве способа размещения web – страниц. С ее помощью можно создавать простые и сложные информационные ресурсы и web – приложения. Принцип такой структуры заключается в том, чтобы пользователь при входе на главную страницу оказывался перед выбором, куда идти дальше. После перехода в нужный раздел, он подбирает необходимый подраздел и т.п. У древовидной структуры очень много достоинств, но также есть несколько недостатков.

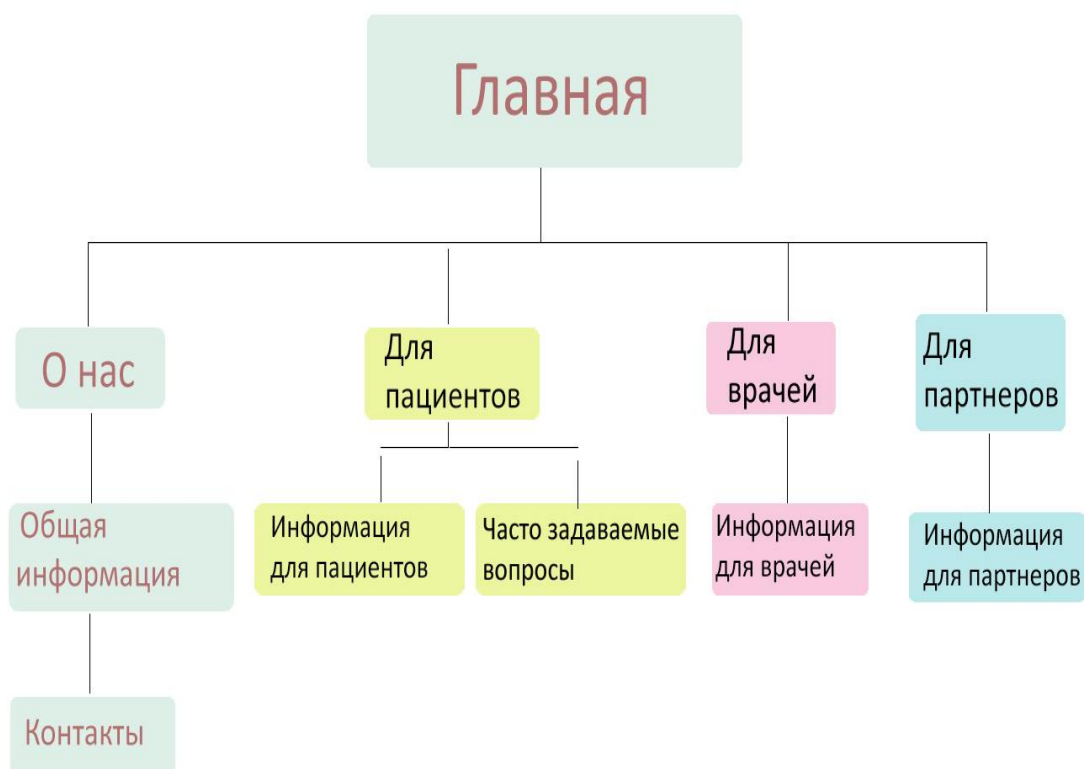
Согласно техническому заданию компании структура сайта должна состоять из четырех страниц:

Главная – страница на которую попадает посетитель сайта. Здесь расположена общая информация о компании и ее деятельности, краткая информация об ортезах и контактные данные красноярского филиала ООО «Здравпринт». Так же на этой странице есть три раздела и ссылки на другие страницы.

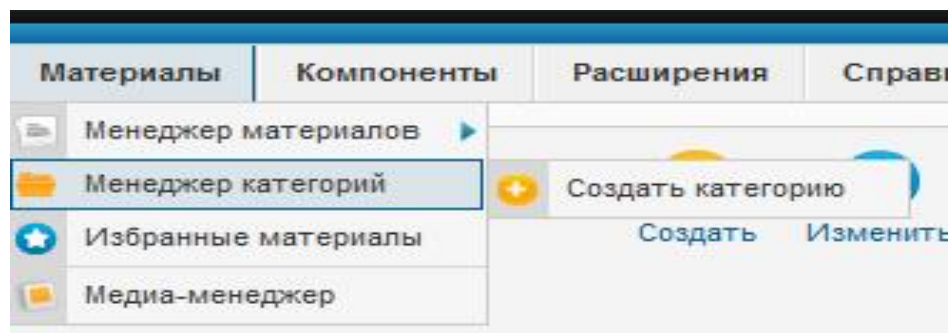
Для пациентов – этот раздел содержит более подробную информацию об ортезах, но ориентированную на пациентов. Здесь рассказывается о преимуществах ортезов и где их можно приобрести. Часто задаваемые вопросы содержат ответы на самые распространенные вопросы.

Для врачей – раздел для врачей, которые заинтересовались ортезами и хотят по возможности сотрудничать с компанией «Здравпринт».

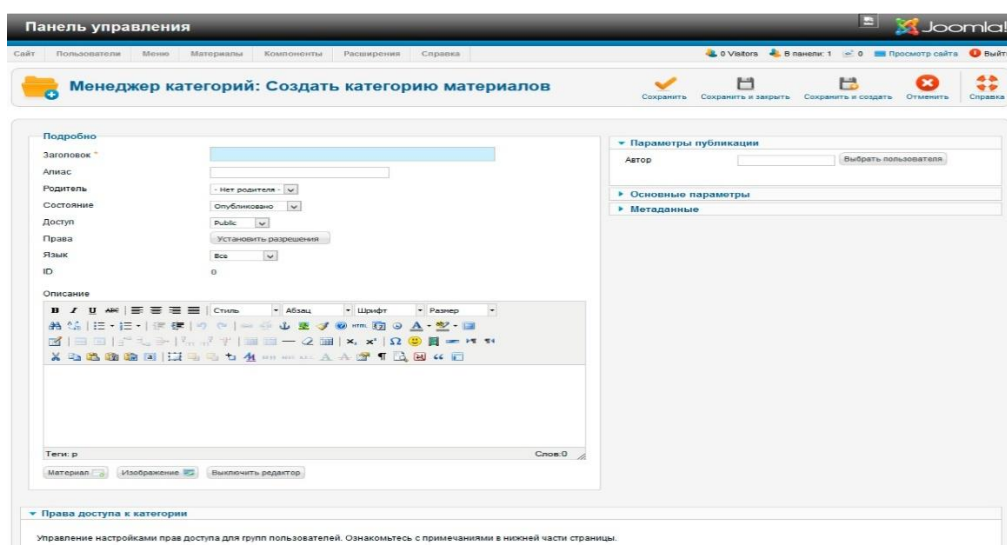
Для партнеров – информация для посетителей, которые интересуются возможностью открыть филиал «Здравпринт» в своем городе.



Категория – это главный (верхний) объект в основе иерархии структуры содержимого. Позже в раздел будут добавлены материалы. Для работы с категориями необходимо перейти на страницу «Управление категориями». Можно нажать на главной странице панели кнопку «Управление категориями» или в основном меню выбрать «Содержимое», затем пункт «Управление категориями».



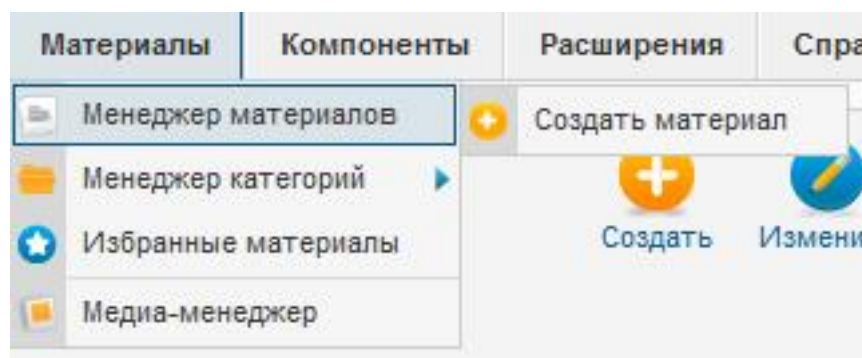
Далее открывается окно с параметрами будущей категории



Здесь мы создаем заголовок категории (в нашем случае «Ортез») а также можем добавить описание категории, все остальные параметры следует оставить по умолчанию, в описании так же можно добавлять изображения на свое усмотрение. Далее нажимает сохранить и закрыть, в будущем если это понадобится категорию можно редактировать.

Материал – это второй (после категории) объект в иерархии структуры содержимого. Создание материала похоже на создание категории. Для работы с материалами необходимо перейти на страницу "Управление материалами ". Есть два способа перейти на страницу "Управление материалами ". Первый способ: можно нажать на главной странице панели кнопку "Управление материалами", или в основном меню выберите "Содержимое", затем пункт "Управление материалами". Будет открыта

страница "Управление материалами". Второй способ: в основном меню выбрать "Содержимое", затем "Содержимое по материалам" и далее нужный вам раздел. И в выпадающем продолжении меню пункт «Добавить/изменить материалы в «выбранной вами категории»». Будет открыта страница "Управление материалами".

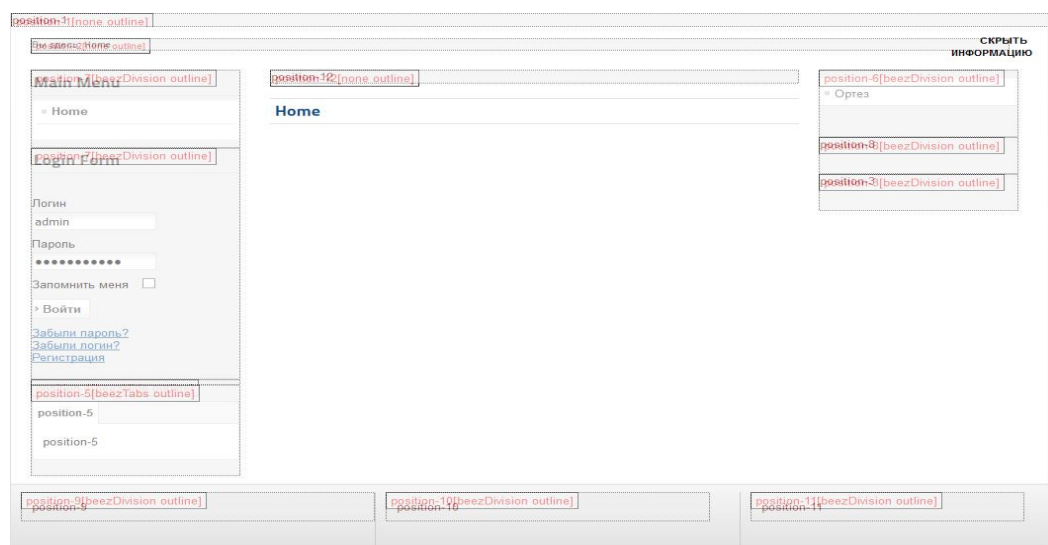


Далее, как и с категорией мы создаем материал

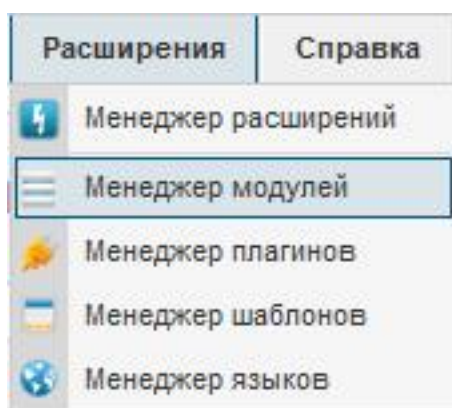
После создания структуры содержимого, необходимо создать меню для пользователей веб – сайта. Меню – это набор кнопок, которые приведут на конкретные объекты, например, объект содержимого, список категорий, компонент и т.д.

Используя расширения Joomla! легко создать меню для отображения на сайте. В данном руководстве рассматривается меню, построенное на стандартном модуле (установленном по умолчанию) `mod_mainmenu`. Данный модуль является по умолчанию главным для создания меню. Место вывода меню на сайте определяется в шаблоне сайта. Устанавливая дополнительные расширения, можно расширить возможности отображения стандартного меню или отобразить его в другом виде, например, в виде выпадающего каскадного меню с подменю (часто необходимо, чтобы со стороны пользователя была включена поддержка Javascript в браузере).

Прежде чем создать меню необходимо определиться где мы хотим его видеть. В сайтостроении есть термин «модуль» – он определяет где на странице будет отображен тот или иной элемент. На изображении видны красные строки – это и есть модули, каждый из них имеет свой номер, который следует указывать в параметрах элемента при размещении его на страницу сайта.



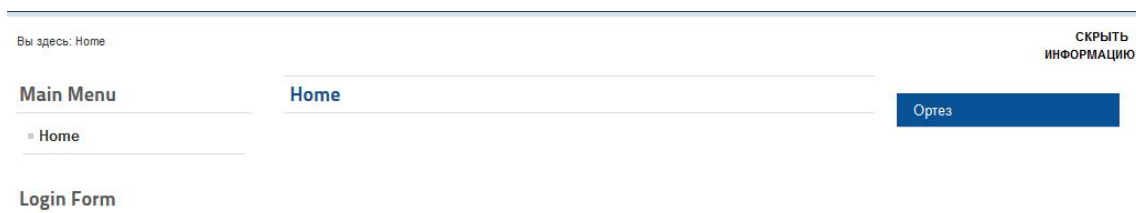
Простейший пример создания меню. Для начала заходим в расширение – менеджер модулей.



Далее нажимаем на кнопку «создать» (вся процедура похожа на процесс создания категорий и материалов)

В поле «позиция» следует указать номер модуля, на месте которого мы хотим видеть меню, в нашем случае это позиция 6. После этого необходимо привязать меню ко всем страницам. Для этого в менеджере модулей в поле «привязка модуля» из выпадающего списка выбираем «на всех страницах».

После проделанных манипуляций мы можем увидеть, как изменилась главная страница нашего web – сайта.



Теперь нажав на кнопку ортез на странице появится информация с материалами, которые мы создали ранее.

Что такое ортез?



■ Ортез

Категория: [Ортез](#)
Опубликовано 13.06.2016 07:51
Автор: Super User
Просмотров: 0

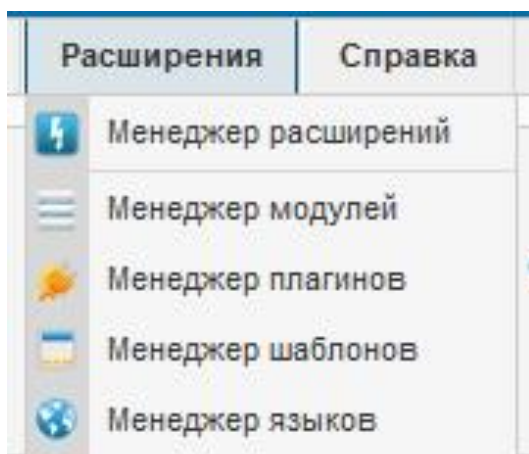
Ортез - внешнее устройство созданное из полилактида, эффективное и современное средство для восстановления после травм и операций. Также ортезы с успехом применяются и для профилактики травм, особенно у спортсменов, а также у людей, ведущих активный образ жизни: фитнес, путешествия, повышенные физические нагрузки и т.п.



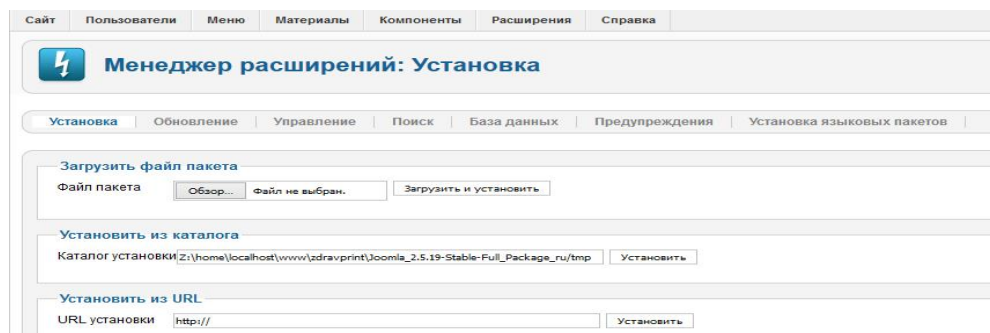
Шаблон сайта – это своего рода «этикетка» сайта, которая определяет его внешний вид и расположение некоторых отдельных элементов. Установка шаблона это один из первых этапов разработки сайта, после того как шаблон будет настроен можно приступать к наполнению сайта контентом. На следующем изображении показан пример контента сайта с базовым шаблоном Joomla.



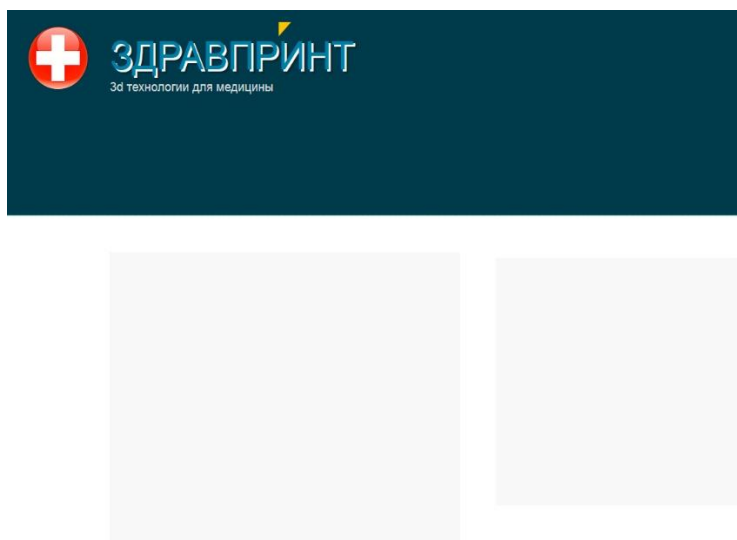
Для начала необходимо зайти в менеджер расширений (расширения – менеджер расширений). Дело в том что мы можем загрузить любой шаблон который предоставляет Joomla, но в нашем случае шаблон будет индивидуальным.



Далее откроется окно для загрузки новых шаблонов, после чего необходимо загрузить новый шаблон на хостинг



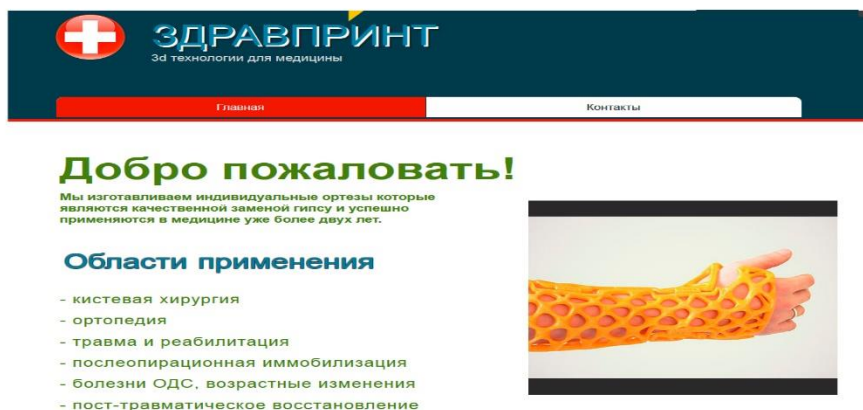
В нашем случае заказчик предоставил готовый индивидуальный шаблон, разработанный web – дизайнером по заказу компании «Здравпринт» и его необходимо загрузить. Дизайн соответствует всем требованиям заказчика. Остается только установить и настроить шаблон на наш сайт.



На изображении показана только малая часть шаблона и как видно страница практически пустая(не считая логотип компании). На странице этого не видно, но на ней расположены модули куда в последствии мы будем вставлять элементы сайта. После установки шаблона следует наполнить сайт контентом.

После того как задачи и требования к контенту были определены можно взяться непосредственно за разработку и наполнение сайта информацией. Наш шаблон имеет несколько модулей, на которые мы будем располагать элементы сайта (изображения, галереи, текст и т.д.). Как было

сказано выше важно сделать так чтобы посетитель уже на главной странице сайта получил визуальную картинку продукта, поэтому первый шаг – создание приветствия и галереи с изображениями ортезов:



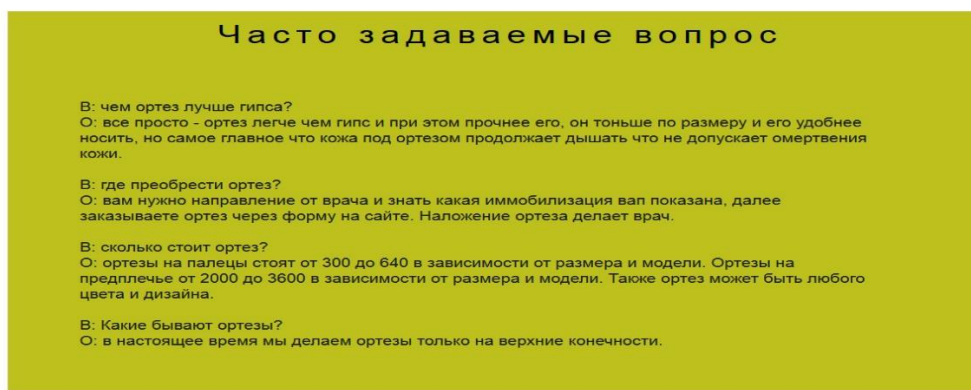
Так выглядит главная страница сайта «Здравпринт» на начальном этапе разработки:

- приветствие;
- краткое описание деятельности компании;
- галерея с автопрокруткой фотографий с ортезами;
- области применения.

Далее кратко опишем как порядок применения ортезов – этот пункт будет полезен как посетителям, так и врачам. Далее опишем технологии изготовления ортезов – информацию о том, как создается индивидуальный ортез и сколько времени это занимает.



И последний элемент главной страницы – часто задаваемые вопросы. Вместо того чтобы делать скучное описание продукта мы предоставили информацию в виде вопрос – ответ.



В конечном итоге на выходе мы получаем главную страницу на которой содержится общая информация для всех категорий пользователей (пациентов, врачей и партнеров). Следует отметить что в данном разделе рассматривалось только наполнение главной страницы сайта.



Добро пожаловать!

Мы изготавливаем индивидуальные ортезы которые являются качественной заменой гипсу и успешно применяются в медицине уже более двух лет.

Области применения

- кистевая хирургия
- ортопедия
- травма и реабилитация
- пост-травматическое восстановление



И другие случаи, когда показана иммобилизация

Как применяют ортезы



Врач назначает ортез



Измеряем параметры



3d принтер печатает заготовку



Врач накладывает ортез

Ортезы создаются на основе биометрических параметров пациента с использованием технологии 3D печати. Специальная программа преобразует размеры руки пациента в 3d модель индивидуального ортеза. Время печати от 15 до 90 минут. Изделия имеют внутреннюю трёхмерную структуру, которая делает более удобным процесс термоформования. Формовка изделия под пациента до 5 минут.

Часто задаваемые вопросы

В: чем ортез лучше гипса?

О: все просто - ортез легче чем гипс и при этом прочнее его, он тоньше по размеру и его удобнее носить, но самое главное что кожа под ортезом продолжает дышать что не допускает омертвения кожи.

В: где приобрести ортез?

О: вам нужно направление от врача и знать какая иммобилизация вам показана, далее заказываете ортез через форму на сайте. Наложение ортеза делает врач.

В: сколько стоит ортез?

О: ортезы на пальцы стоят от 300 до 640 в зависимости от размера и модели. Ортезы на предплечье от 2000 до 3600 в зависимости от размера и модели. Также ортез может быть любого цвета и дизайна.

В: Какие бывают ортезы?

О: в настоящее время мы делаем ортезы только на верхние конечности.

Звоните, чтобы задать свой вопрос: +7 (929) 355 38 58

Заключение

Изготовление индивидуальных ортезов – новое направление на производственном рынке. Компания «Здравпринт» существует с 2014 г., создание сайта для филиала этой компании имеет свои сложности при разработке контента сайта, так как данная услуга еще не разрекламирована, и целевая аудитория просто не знает о существовании ортезов.

В ходе выполнения дипломной работы был получен полнофункциональный информационный сетевой ресурс, готовый к применению. Сайт ориентирован на врачей, пациентов и потенциальных партнеров. С его помощью пользователи смогут получать необходимую информацию и задавать интересующие их вопросы в форуме. При размещении его в глобальной сети география распространения возрастает до масштабов всего мира.

При разработке web – ресурса были использованы современные web – технологии, позволяющие создавать интерактивные web – страницы. Наиболее подходящими для выполнения поставленной задачи оказалась CMS Joomla 2.5.19.

Разработанный сайт удовлетворяет всем требованиям заказчика. При разработке web – сайта были использованы готовые модули аутентификации, форума и осуществления поиска по сайту. Данные модули были доработаны с учетом специфики web – сайта и успешно внедрены в его структуру. Так же был использован полностью готовый и отвечающий всем требованиям шаблон, что многократно облегчило задачу.

В настоящее время сайт находится на этапе seo – оптимизации. Оптимизация обеспечивает появление сайта на первой странице по поисковому запросу, хорошая оптимизация обеспечивает большое количество посетителей на сайт в то время как из – за плохие оптимизации пользователи могут никогда и не увидеть ссылку на сайт потому что он находится не на первой странице поисковика.

Список источников и литературы

1. Шапошников, И. С. Web – сайт своими руками : учебник / И. С. Шапошников. – Москва : АСВ, 2014. – 212 с.
2. Гультияев, А.К. Уроки web – мастера: учебник / А.К. Гультияев. – Москва : Lumena, 2011. – 440 с.
3. Хоган, Б. Web – сайт своими руками : учебник / Б. Хоган. – Санкт – Петербург: астрель, 2011. – 183 с.
4. Хейфец, А. 3d – технологии и моделирование : учебник / А. Хейфец – Москва : виче, 2013. – 253 с.
5. Нильсон Я. Анализ веб – сайтов по движению глаз : учебник / Я. Нильсон – Москва : аграф, 2012. – 331 с.
6. Митчелл С. Секреты веб – дизайна : учебник / С. Митчелл – Москва : парад, 2012. – 181 с.
7. Хейфец, А. 3d – технологии и моделирование : учебник / А. Хейфец – Москва : виче, 2013. – 253 с.
8. Майкл С. Разработка web – приложений : учебник / С. Майкл, К. Пауэл – Москва : пресс – бук, 2013. – 211 с.
9. Прохоренок Н.А. HTML, javascript, php и MySQL. Джентельменский набор веб – мастера : учебник / Н.А. Прохоренок, В.А. Дронов – Москва : профиздат, 2014. – 207 с.
10. Гультияев А.К. Уроки веб – мастера: учебник / А.К. Гультияев, В.А. Машин – Москва : парад, 2012. – 311 с.